



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2006

---

## **Dopingbekämpfung zum Schutz der Zuschauer**

Dietl, H ; Franck, E

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-2631>

Newspaper Article

Originally published at:

Dietl, H; Franck, E. Dopingbekämpfung zum Schutz der Zuschauer. In: Neue Zürcher Zeitung, 3 March 2006, 59.

# Dopingbekämpfung zum Schutz der Zuschauer

Von Helmut Dietl und Egon Franck\*

Die Dopingbekämpfung unter den fünf Ringen ist in Turin um eine neue Komponente erweitert worden. Die Welt-Anti-Doping-Agentur (Wada) und das Internationale Olympische Komitee (IOK) machten gemeinsam Sache mit der italienischen Justiz. Die Dopingfahnder gingen überraschend hart und öffentlichkeitswirksam vor – mit Razzien in den Quartieren österreichischer Sportler ausserhalb des olympischen Dorfs. Auch diese verschärften Massnahmen ändern freilich nichts an der Tatsache, dass für die Athleten ausreichende Chancen bestehen, nicht ertappt und sanktioniert zu werden. Der Anreiz zu dopen ist weiter vorhanden. Sie haben wenig bis nichts zu verlieren und im Zuge der zunehmenden Kommerzialisierung des Sports viel zu gewinnen. Dies bringt wiederum die Favoriten in Zugzwang, ihre Chance durch Doping zu wahren.

Die «richtige» Haltung in Sachen Doping wird kontrovers diskutiert. Befürworter einer Dopingfreigabe erhoffen sich davon mehr Ehrlichkeit und Chancengleichheit. Zudem erwarten sie, dass die Dopingfreigabe (oder -liberalisierung) zu einer verantwortungsvolleren, weil öffentlichen, medizinischen Betreuung und damit zu einem besseren gesundheitlichen Schutz der Wettkämpfer führt. Ein «gut gemachtes» Doping wird sozusagen als die harmlosere Alternative eingeschätzt, zumal Leistungssport ja per se nicht gesund ist. Befürworter der Dopingbekämpfung bemühen ebenfalls Fairness und Gesundheitsschutz, die nur über eine strikte Dopingbekämpfung möglich seien. Sportler müssen hier sozusagen vor sich selber in Schutz genommen werden, da auch sie Rationalitätsbeschränkungen unterliegen, wie sie auch in vielen Entscheidungssituationen ausserhalb des Sports dokumentiert wurden. So hat zum Beispiel systematische Zukunftsblindheit zur Folge, dass bei einer Dopingentscheidung der kurzfristige wirtschaftliche Vorteil zu hoch und der langfristige gesundheitliche Nachteil zu gering bewertet wird.

In unseren Augen bieten diese und ähnliche Argumente keine geeignete Perspektive zum Verständnis der Dopingbekämpfung durch das IOK. Unterstellt man dem IOK ein Interesse an der Mehrung des ökonomischen Wertes Olympischer Spiele, dann kommt man der Sache schon näher. Haupttreiber dieses ökonomischen Wertes ist nämlich die den olympischen Wettbewerben entgegengebrachte Wertschätzung der Zuschauer. Der Schutz der Zuschauer und nicht der Schutz der Athleten liefert den Schlüssel zum Verständnis der IOK-Strategien in Dopingfragen. Bei den olympischen Sportarten spielt die Identifikation der Zuschauer mit ihren Idolen eine wichtige Rolle. Diese Identifikation lockt die Massen in die Stadien und vor die Fernsehbildschirme. Identifikation wiederum scheint dann am besten zu funktionieren, wenn die Idole und mit ihnen letztlich die gesamte Sportart als «sauber» gelten. Doping wird in der Öffentlichkeit eindeutig als eine Form der Manipulation wahrgenommen und beeinträchtigt das Potenzial des Sports, Zuschaueridentifikation zu erzeugen (worüber sich bestimmt trefflich streiten liesse, Anm. d. Red.).

Da ein Zuschauer beziehungsweise Fan sein Idol nicht beliebig wechseln will, stellt die Identifikation mit einem Idol ökonomisch gesehen eine

spezifische Investition dar. Wenn sich herausstellt, dass ein Idol gedopt war, wird diese Investition quasi wertlos. Jeder Dopingfall ist wie ein Börsencrash in der Psychologie des Zuschauers. Der Kurs des Dopingsünders rutscht in den Keller, seine Fans verlieren grosse Mengen an Identifikationskapital. Damit eine Sportart wirtschaftlich erfolgreich sein kann, muss sie glaubwürdig signalisieren, dass sie ihre Zuschauer und Fans vor einem Wertverlust des Identifikationskapitals schützt. Nur dann werden Zuschauer bereit sein, solches Kapital aufzubauen. Nur dann lassen sich in der Regel attraktive Fernseh-, Werbe- und Sponsorenverträge abschliessen.

Solange eine für das Dopingproblem sensibilisierte Öffentlichkeit Dopingsünder nicht als Helden feiert, hat das Internationale Olympische Komitee folglich keine andere Wahl, als glaubhafte Signale für einen Identifikationsschutz der Zuschauer zu produzieren. Eine Passivstrategie durch gezieltes Vertuschen von Doping versagt, nicht zuletzt weil Rivalitäten zwischen Sportlern und Verbänden systematische Anreize zur Indiskretion und Verdächtigung erzeugen. Öffentliche Strafexempel signalisieren dagegen aktiven Identifikationsschutz. Sie sensibilisieren aber auch immer mehr für Doping und verlangen nach Wiederholung.

\* Helmut Dietl und Egon Franck sind ordentliche Professoren an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Uni Zürich. Beide beschäftigen sich seit Jahren unter anderem mit ökonomischen Fragen des Sports.